



АВТОР,

НОЖНИЦЫ,



БУМАГА

КАК БЫСТРО ПИСАТЬ
ВПЕЧАТЛЯЮЩИЕ ТЕКСТЫ



*Николай В.
Кононов*

14 УРОКОВ

Николай Кононов

**Автор, ножницы, бумага. Как
быстро писать впечатляющие
тексты. 14 уроков**

«Манн, Иванов и Фербер»

2017

УДК 808.1
ББК 83.011+88.854.4

Кононов Н. В.

Автор, ножницы, бумага. Как быстро писать впечатляющие тексты. 14 уроков / Н. В. Кононов — «Манн, Иванов и Фербер», 2017

ISBN 978-5-00100-651-0

Журналист и писатель, главный редактор издания «Секрет фирмы», автор книг «Код Дурова» и «Бог без машины» рассказывает, как придумать и сформулировать тему для текста – статьи, книги, пичча, письма, поста – написать его и самостоятельно отредактировать. Авторский метод, состоящий из 14 уроков-ступенек, опробован на редакциях, семинарах документальной литературы и журналистики, а также курсах «Как писать хорошо» для всех желающих научиться писать с нуля. Благодаря опыту автора, доступности изложения, примерам и выводам после каждой главы книга станет незаменимым руководством как для начинающих, так и «продолжающих» журналистов, копирайтеров, блогеров, редакторов.

УДК 808.1
ББК 83.011+88.854.4

ISBN 978-5-00100-651-0

© Кононов Н. В., 2017
© Манн, Иванов и Фербер, 2017

Содержание

Вместо предисловия	6
Глава 1	9
Выводы	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Николай Кононов

Автор, ножницы, бумага. Как быстро писать впечатляющие тексты. 14 уроков

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Н. В. Кононов, 2017

© Издание. Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2017

* * *

Вместо предисловия

Я хорошо запомнил тот двор, железную дверь с синей облупившейся краской и надписью «Редакция» – и приступ отчаяния, когда выяснилось, что дверь закрыта. Вечером играла «Алания», и вся редакция ушла на стадион. Мне был очень нужен компьютер с интернетом, чтобы написать и отправить в свою газету репортаж – на первую полосу, о первых выборах первого президента Чечни в горном селе Итум-Кала рядом с Аргунским ущельем, куда недавно прорвались террористы.

Мне было тяжело не только потому, что в Чечне все пронизано фальшью, жизнь делилась на парадную и настоящую – и в настоящей председателя избиркома могли увезти в багажнике и застрелить за честный комментарий журналисту, – но и из-за режима контртеррористической операции, а также расстояний. Пришлось умолить пограничников вылететь на вертолете гораздо раньше и во Владикавказе отвезти к их друзьям-журналистам. Оставался час до сдачи номера общенациональной газеты «Известия», а писать во всем Владикавказе было не на чем.

Метнувшись вглубь двора, я заметил распахнутое окно и мужчин, выпивающих за кружевной занавеской. Подойдя ближе, увидел логотип у их подъезда – DHL. Оказалось, филиал службы доставки. Стакан вина, тост за Большого Бога (иначе осетины пить не начинают) – и я сидел перед компьютером.

Вдруг меня схватил за горло ужас. Блокнот был переполнен сценками, диалогами, фактами, деталями. Требовалось передать самое важное, яркое, любопытное, ничего не забыть и не перевернуть. Как?! Оставалось 45 минут.

Отложив блокнот, я представил, что моя память – военный ангар, враг целится в него ракетой и надо быстро успеть вынести уникальные документы. Я стал записывать все, что ум автоматом определял как важное. Ну, как когда ты вернулся из путешествия, тебя усадили за стол и расспрашивают, что интересного – и неосознанно отбираешь, что рассказывать, что нет, желая не разочаровать вопрошающего.

Через 10 минут тело письма дежурному редактору было испещрено короткими зарисовками, цифрами и пояснениями к ним. Еще пять минут ушло, чтобы придумать структуру текста. Тоже без премудростей: три дня до выборов, два дня, день, ночь в отсыревшей армейской палатке, приезд урн для бюллетеней на бронетранспортерах, сами выборы и чем они кончились.

Оставалось полчаса. Пришлось писать коротко, без прилагательных, описывать только события, вставлять самые яркие куски разговоров.

За пять минут до дедлайна письмо ушло. Я откинулся на спинку стула. Затем бросился открывать папку «Отправленные» и лихорадочно перечитывать. Послал еще одно письмо с уточнениями, выверенными словами и деталями. Редактор ответил, что все принято.

Назавтра репортаж вышел.

Прошли годы. Я уволился из «Известий», прекратил писать о конфликтах, терактах и беженцах, но переключился на другую, не менее важную войну – сражение тех, кто пытается что-то изменить, против безволия и апатии большинства.

Я писал о предпринимателях в журнал Forbes, объездил, разыскивая героев, полстраны – от Ледовитого океана до Азии. Выпустил две книги: «Бог без машины: истории 20 сумасшедших, сделавших бизнес с нуля в России» и «[Код Дурова. Реальная история создателя “ВКонтакте”](#)». Существующие медиа казались мне скучными, и я сделал два своих издания: сайт о бизнесе новой волны Hopes & Fears и [Secretmag.ru](#) (перезапуск закрывшегося ежемесячника «Секрет фирмы» в интернете). Работа главного редактора не похожа на работу ни автора, ни линейного редактора. Но я продолжаю писать, в том числе для запад-

ных изданий, например New York Times и Quartz, открывать новых героев и помогать журналистам создавать яркие, глубокие истории – работая по правилам, не допускающим лжи и искажения фактов.

Так вот, однажды, перелистывая пожелтевшие номера в ящике с архивом, я наткнулся на репортаж, написанный дрожащими пальцами под аккомпанемент осетинского застолья. Перечитав его, я понял: это один из самых моих удачных текстов. Я был огорошен и потрясен: другие тексты писал днями и неделями, а тут меньше часа – и пожалуйста. Позже я понял, что случилось. В 45 минут спрессовались многие приемы, интуитивно принятые, но в тот момент еще не отрефлексированные. Текст сооткнулся от безысходности и из-за спешки, зато почти идеально соответствовал подходу «краткость плюс выразительность».

Я стал осмысливать этот подход и позже развил его в последовательный метод обучения – от формулировки темы до сдачи текста. Этот метод опробован на всех моих редакциях, потом на курсах нон-фикшен (документальной литературы) и журналистики. А затем и вообще на курсах «Как писать хорошо» для всех желающих научиться писать с нуля или уровня начинающего. Студенты, не разбиравшиеся в писательском ремесле, учились придумывать, разрабатывать, писать и редактировать яркие, захватывающие тексты.

Готовясь к занятиям, я искал поддержки у предшественников. Есть русскоязычная библия издательского редактора «Как надо и как не надо издавать книги» Аркадия Мильчина. Есть библия переводчика – «Слово живое и мертвое» Норы Галь. Но неужели нет русского аналога великой Elements of Style?

Мне не удалось найти исчерпывающего учебника по письму, зато YouTube вывалил на меня кучу ссылок на мастер-классы, где литераторы рассуждали по полчаса, можно ли научиться писать, овладеть «магией слова».

Можно. Никакой магии нет. 15 лет работы с текстами и их авторами убедили меня, что каждый носит в себе потенциал оригинального рассказчика. Но как разбудить этот потенциал?

Мой метод выглядит как лестница к умению писать оригинально и по делу – из 14 уроков-ступенек. Этот подход сработал на моих курсах. Несколько очерков вышли в популярных изданиях и получили успех, например история о самом актуальном художнике России Петре Павленском от Марии Михантьевой или текст Михаила Левина, исследовавшего феномен женщин-доминатрикс через личный опыт садо-мазо. А главное – студенты разобрались в себе: о чем на самом деле они хотят рассказать, каково их уникальное послание миру.

Поэтому я не очень удивился, когда Артем Степанов из издательства «Манн, Иванов и Фербер» предложил написать учебник по мотивам курса. Я собрал под этой обложкой все ментальные и технические приемы и постарался рассказать о них просто и внятно. Приемы эти не претендуют на какую-то особенную уникальность, но, кажется, мне удалось написать книгу, которая ближе других подобралась к русскому варианту Elements of Style.

Я рассказываю, как писать и письма, и слоганы, и статьи, и очерки. Уверен, что мой метод подойдет и ученым, и репортерам, и редакторам, и копирайтерам, и менеджерам – всем, кто воздействует словом на ход событий. Буду рад, если вы пришлете свои отзывы на nickolay.kononov@gmail.com.

Если вы сомневаетесь в необходимости уметь писать в эпоху стикеров, Snapchat и WhatsApp, у меня есть следующие серьезные аргументы.

Во-первых, фото и видео, конечно, победили буквы, но парадоксальным образом мы пишем все больше. По тому, как адресат формулирует мысли в почте, мессенджере или приложении для знакомств, мы решаем, тратить время на общение с ним или нет. Мы все острее ощущаем усталость от входящего в наш мозг потока информации. Тем важнее лаконичность, умение быстро донести смысл, и тем ценнее люди, которые умеют объяснять доступно, ори-

гинально и ярко. Видеть удивительное в невыдуманном, реальном мире. Рассказывать так, чтобы читатель не смог оторваться от текста. Я помогал и помогаю таким людям обрести свой голос и делать себе имя.

Во-вторых, ремесло рассказчика вечно. «Романисты» в тюремной камере бытия ценятся всегда. Презентация, питч инвестору, легенда о компании для внутренних и внешних коммуникаций создаются по законам драматургии. Умение рассказывать истории окупается с первой же книги, раунда инвестиций, громкой статьи или выступления на конференции.

В-третьих – это важно для журналистов, – в отличие от сценариста в кино и игровой индустрии, писатель не стеснен техническими требованиями. Продюсер не заставит его вводить новых героев, ваш текст минует семь нянек-скриптдокторов. При этом кинопродюсеры охотятся за классными историями для экранизации. В моем случае права на экранизацию «Кода Дурова» приобрел продюсер Александр Роднянский.

Я приношу благодарность редакторам, у которых учился: Кириллу Вишнепольскому и Владимиру Федорину. Отдельной похвалы заслуживает Ольга Свитова, редактор этой книги, которая помогла сделать текст еще более понятным и четким.

Итак, садимся и пишем.

Глава 1

О чем писать

Выбираем и формулируем тему. Определяем жанр

«Что я могу рассказать? Кто я такой? Почему кто-то должен тратить на меня время и тем более деньги?» Эти вопросы задает себе любой автор – даже известный, – если, конечно, он не нобелевский лауреат или графоман. Фокус в том, как обратить сомнения в плодотворную внутреннюю работу по синтезу темы, которую вы хотите раскрыть.

Сперва необходимо осознать: *каждому* человеку есть что рассказать. Но это что-то иногда не совпадает с желанием автора. Ему хочется поделиться откровением насчет газовых турбин, а ценность представляет, например, его детский опыт беженца. Однако мы с вами попробуем все-таки совмещать желаемое и возможное. Главное, что никто не может вас дисквалифицировать как автора, потому что автор – далеко не всегда эксперт. Это рассказчик.

С каждым из нас случались истории – любые: семейные, профессиональные, медицинские, героические, – и каждый из нас так или иначе их формулировал и затем рассказывал. Пусть даже себе. Личный опыт достоин описания. Убеждение, что только коллективный опыт или исследование достойны публикации, – ошибка. Литература полна произведениями от первого лица, с частными историями – от «Исповеди» Аврелия Августина до книг Светланы Алексиевич, где она дает голос хору женщин-фронтовиков, спасателям из Чернобыля, ветеранам чеченской войны и другим «маленьким людям», а вовсе не титанам и первооткрывателям.

Писать надо о том, что вы хорошо и долго знаете, что вы пережили и переосмыслили, что горит в вашем сердце. Не обязательно это личный опыт. Мы разбираемся в окружающем мире и его феноменах, персонажах – точнее, можем разобраться достаточно глубоко. Если, конечно, речь не о сверхспециальных дисциплинах вроде общей теории поля. Какие-то вещи кажутся нам важными, какие-то – пустыми.

Есть простые критерии отбора и анализа, годится ли ваш объект внимания и связанная с ним тема для публикации, то есть появления на публике. И если да, то для какого читателя и медиа: издания, средства коммуникации, медиума, который донесет ваши мысли до людей. Вот эти критерии:

- **текст должен сообщать что-то очень важное** (пример: в чем секрет гениальности, «Переломный момент» Малкольма Гладуэлла);
- **или нетривиально объяснять важные процессы** («Эгоистичный ген» Ричарда Докинза);
- **или быть остро полезным читателю** («Eat This Not That» Дэвида Зинченко и Мэтта Гулдинга);
- **или обосновывать свежую, касающуюся читателя закономерность и давать ей имя** («Черный лебедь» Нассима Талеба о природе катастроф и кризисов);
- **или рассказывать историю яркого героя** – пусть не звездного, но уникального, отражающего дух времени («И ботаники делают бизнес» Максима Котина).

Все это в равной мере относится и к статьям, и к деловой переписке. Если вам с первых абзацев не удалось внушить читателю, что вы говорите нечто очень важное, ваше пред-

приятие провалилось. Читательское представление о ценности истории невозможно сфальсифицировать.

Итак, выбор и формулировка темы – половина успеха. Выбор может все погубить, а может продать историю на стадии идеи. Если у вас нет сногшибательного личного опыта, ищите яркого героя, яркое явление, яркую теорию, которые резонируют с эпохой, историческим контекстом, современностью, насущными проблемами людей.

Совсем счастливый случай – когда автор предъявляет еще не описанного героя или явление. Пример: знаменитая «Банальность зла» Ханны Арендт с далеко идущими выводами от суда над нацистским функционером Эйхманом, отправлявшим евреев в концлагеря, и ее антипод – недавно вышедший «Эйхман перед Иерусалимом», где Беттина Штангнет доказывает, что Эйхман был вовсе не подчинявшимся приказам орудием зла, а идейным нацистом, который водил следствие и суд за нос.

Еще раз о критериях:

- 1) либо потрясающий герой;
- 2) либо очень важное и недоосмысленное явление, раскрывающееся, возможно, через вашу личную историю;
- 3) либо реально любопытная, свежая, полезная теория, идея.

Здесь, кстати, есть ловушка для журналистов. Репортеров учат описывать, но редко учат думать. Между тем, книга – это история, рассказанная вашим голосом с вашими интонациями, увиденная вашими глазами. Она требует большей глубины, чем обычные тексты. Если книга растет из статьи, будьте осторожны: главная мысль, скорее всего, простовата, ее надо докрутить. У вас уникальный шанс вписать явление или героя в широкий идейный контекст. Думайте. Не мельчите.

Для начала определите, что у вас за тема: популярная или специализированная, для дилетанта или человека в теме. Кому вы хотите рассказать свою историю? Кому она будет полезнее? Вы хотите просвещать широкий круг читателей или улучшить жизнь профессионалов в какой-то сфере? Невозможно угодить тем и другим одновременно.

Плюс популярной темы – возможность достучаться до действительно масштабной аудитории, заработать имя. Плюс узкой темы – слава среди экспертов и профессионалов. Иногда такая тема волнует миллионы людей, и тогда это ваш счастливый билет. Так, например, экономисты становятся писателями.

Описанные выше критерии могут ввергнуть в отчаяние: они разные, взаимопересекающиеся, субъективные... Но на самом деле все проще.

Вот случай из практики. На курсы пришел известный телеведущий. Свою идею он описал так:

Я уже много лет занимаюсь генеалогией: собираю свидетельства и документы об истории своей семьи, записываю разговоры с дальними родственниками, сижу в архивах. За это время у меня набралось немало удивительных историй. Например, по коротенькой довоенной заметке в New York Times мне удалось найти существующую ныне ветвь моей семьи, основанную братом прадеда. Он уехал сначала в Палестину с первыми «кибуционерами», в начале Первой мировой был депортирован в Александрию и оттуда уплыл в Нью-Йорк. Теперь его потомки живут на Манхэттене и Кейп-Коде, мы подружились, вот недавно ездил к ним уже во второй раз. В какой-то момент я понял, что поучиться объединять большое количество информации в интересное, выстроенное с точки зрения драматургии произведение было бы совсем не лишним. Думаю, книга о

генеалогии с личными историями и практическими советами в стране, где многие не знают своих предков, могла бы оказаться полезной.

Меня обрадовала страсть, с которой автор описывал свое увлечение. Но, внимательно взглядевшись в заявку, я понял, что он толком не знает, чего хочет. Во-первых, история должна быть сфокусирована: или это практический текст для начинающих генеалогов, как искать предков, или личная история. Во-вторых, когда автор уже отказался от идеи книги типа how-to и выбрал личную историю, я обратил внимание на то, что процесс поисков родни сам по себе подразумевает тип истории «Как я искал себя (свои корни)». В-третьих, история лирического героя явно резонировала с историей страны: один родственник автора бежал на пароходе, второй расстреливал таких, как он, третий строил Беломорканал, четвертый был приспособленцем, и его не тронули катастрофы века.

Какую линию, фокус вытащить из этого материала? Автор мечтал о популярной книге, хотел достучаться до наибольшего количества читателей. При этом понимал, что его опыт уникален и на русском языке таких документальных книг-квестов еще никто не писал. Он совершил важное открытие: встречаясь с очередным родственником, узнавал в историях его советских предков себя: «Это я поднимал целину, выгонял из партии, сажал, лежал в грязи под обстрелом...»

В итоге мы договорились, что он пишет, как искал корни, а нашел себя, и что теперь с этим делать. Повествование от первого лица, жанр квеста, когда сюжетная канва сплетена вокруг желания лирического героя найти истоки своего рода и приключений, которые ему встречаются на пути к цели, и личная линия «как поиск родни изменил меня самого».

Придумав тему, мы начинаем искать подходящий ей жанр. Это тоже важнейший момент. На мель неточно выбранного жанра сел не один автор. Здесь существует несколько правил.

Работая над первой книгой – двадцатью новеллами о предпринимателях, сделавших в России бизнес с нуля, – я не испытывал трудностей с объемом текста. Казалось, рассказ похож на гигантскую статью: вам привычно, а читателю удобно, ведь люди потребляют истории все более мелкими кусочками...

Но я ошибался. Если вы не Довлатов, Хемингуэй или Сароян, сборники рассказов воспринимаются читателем хуже, чем повести или романы. Читатель ждет, что вы надолго заберете его из рутины в неизведанный мир. Так создайте же этот мир таким, чтобы в нем захотелось остаться. Создайте героя таким, чтобы за ним хотелось пойти. Один сильный, противоречивый герой лучше десяти неинтересных.

Выбрать жанр на самом деле не так уж трудно, потому что для автора без опыта написания книги (серии длинных статей) вариантов немного.

Вы пишете статью, постепенно раскрывая тему в главах. Если предмет сложен и любопытен, этот жанр можно подать как расследование: автор идет по следу, встречает разных персонажей и явления. Легко растягивается на книгу.

Вы пишете личную историю. Тут как в примере выше: автор движется к цели, постигая мир и себя.

Вы пишете профайл – то есть моноисторию об одном герое или явлении.

Жанр книги телеведущего-генеалогога клонился в сторону исповеди, то есть личного рассказа, пересекающегося с историей страны, где частное смешивалось с глобальным, общечеловеческим. О том, как строить структуру такой истории и что делать после этого, – в следующих главах. А пока – хитрый прием.

Разобравшись с общей темой и жанром, сформулируйте тему в двух предложениях. Двух. Причем простых, а не сложноподчиненных с хвостом из придаточных.

Почему такое ограничение? Потому что это естественная длина внятного ответа на устный вопрос «О чем ты хотел рассказать?». Лично я хотел рассказать, как писать хорошо, и научить этому за 14 практических уроков. (Видите, даже одно предложение получилось.)

Если вы не можете сформулировать тему в двух притягивающих внимание читателя предложениях, значит, что-то не так.

В дальнейшем, когда вы будете составлять подробный план ([глава 3](#)), ограничение в два предложения поможет отточить мысль, определить, какие линии и эпизоды важны, а какие второстепенны. Поможет еще раз соотнести тему с жанром: точно ли они подходят друг другу? Когда будете составлять план, повторяйте этот прием для каждой главы. Он действительно помогает выстроить мысль, сюжет и структуру текста на отрезке любой длины.

И еще раз: удачно сформулированная тема направляет ход сюжета, помогает выявить, какие эпизоды лишние в истории, а какие, наоборот, важны.

Вот примеры формулировок, сделавших книги и статьи классикой.

Мозг во сне. Что происходит в нашей голове, пока мы спим

Подчинение авторитету. Научный взгляд на власть и мораль

Озарение. Сила мгновенных решений

Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями

Заметьте, у обложек книг ограниченное пространство для подписей – редакторы это учитывают, используя короткие формулировки.

Вот еще несколько примеров, только из области журналистики.

Медийная «Россия». Как и зачем банкир Юрий Ковальчук за шесть лет подмял под себя главные СМИ страны.

Новая русская. Путешествие с мигрантом из Памира в Москву

Уроки Аргентины. Как нация предпринимателей выживает в политическом пике. Бизнес против дирижизма

Солдат расправил плечи. Как израильская армия стала в стартап-инкубатором. Тайны подразделения 8200

Крутой маршрут. Как владелец автобусов стал борцом за справедливость. Перестрелки, суды и народная любовь в жизни Дмитрия Каргина

Удачная формулировка сразу дает понять, кто, где и почему: кто главный герой или явление; где, в каких обстоятельствах и как развивается действие; в чем драма, конфликт и почему так важно прочесть этот текст.

А вот примеры неудачных формулировок из журнала «Мой бизнес», за которыми последовали нефокусированные, расплывчатые истории.

Основатель кооператива «Лесные сады» Георгий Афанасьев занялся землеустройством не столько из любви к сельскому хозяйству, сколько для того, чтобы на практике доказать собственную теорию. На своих 124 гектарах он методично «конструирует» агросистему, которая со временем начнет требовать все меньше труда человека, кормя при этом все больше людей. Кто знает, может быть, именно такой принцип ляжет в основу агропрома будущего? *(Много лишних слов и подробностей, и непонятно, в чем, собственно, теория этого Афанасьева, да и о чем весь очерк.)*

То, как компанию воспринимают соискатели вакансий и собственные сотрудники, называют брендом работодателя или HR-брендом. Когда-то хорошие репутации на рынке труда складывались стихийно, в последние же годы компании все чаще пытаются этим процессом управлять. Так что HR-брендинг постепенно становится отдельной дисциплиной в рамках корпоративных коммуникаций и отдельной строкой в бюджетах крупных компаний. *(Ну, становится – и что? Почему мы должны тратить время на чтение текста?)*

Многие крупные российские города до сих пор носят на себе отпечаток советского градостроения, результатом которого стали маятниковая миграция рабочего населения и дефицит современных коммерческих помещений. Это делает их крайне недружелюбными по отношению к малому бизнесу. Концепция развития Новой Москвы, напротив, исходит из того, что значительная часть населения будет жить и работать в своем районе, а вся необходимая коммерческая инфраструктура расположится рядом с домом. *(Многословно описано явление, но непонятно: что же в самом материале, какая драма там разыгрывается?)*

Кстати, последний пример – еще и о том, что тему необходимо много раз подвергать сомнению. Утверждение «крупные российские города крайне недружелюбны к малому бизнесу» в 2015 году – когда прошло несколько волн скупки первых этажей для магазинов, развернулись фермерские рынки, возведено много нового жилья, где достаточно площадей сдано предпринимателям, – уже звучало немного странно. Очевидно, что гипотеза, которую доказывает текст, изначально нуждалась в коррекции.

И, наконец, последний прием проверки темы. На других этапах создания истории мы также будем использовать его, но немного иначе.

Найдите друга, или родственника, или соседа – кого угодно, лишь бы вы его уважали и он был настроен на беседу с вами. Проверьте тему на нем. Например:

Я хочу написать, как искал свои корни, родственников. Начал с России, глубинки, а в итоге объездил полмира – ну и понял какие-то удивительные вещи про себя и вообще про постсоветское поколение. Интересно такую историю почитать?

Если вежливый ответ «ну да» и глаза в сторону – значит, с вашей темой что-то не так. Прогоните ее еще раз через все упомянутые выше критерии. Возможно, вы были многословны. Или выбрали короткие, но неточные слова для упаковки смысла. Или тема способна тронуть лишь специалиста: история героя не цепляет обычного человека, далека от него, даже учитывая, что перед вами был друг.

Подумайте над каждым словом в формулировке. И если друг ответил «да» и вы заметили хотя бы искру интереса – переходим к следующей главе.

Выводы

1. Пишите только о том, что лично знаете, пережили, серьезно осмыслили и чем были удивлены.
2. Тема должна быть одновременно важной, любопытной и неожиданной.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.